



FOTO: HISPANOLISTIC/ISTOCK

REFORMHAUS EG

Ende des 19. Jahrhunderts entstanden aus dem Umfeld der Lebensreformbewegung die ersten Reformhäuser. 1927 erfolgte die genossenschaftliche Organisation als ‚neufom Vereinigung Deutscher Reformhäuser‘. Seit 2014 firmiert die Genossenschaft als Reformhaus eG mit Sitz in Zarrentin.

Vorstand: Rainer Plum, Carsten Greve

Standorte: 982 Reformhäuser in Deutschland und 75 Absatzstellen in Österreich

Umsatz 2020: 775,7 Millionen Euro, das entspricht einem Plus von 12,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. kü/lz 19-22

NACHGEFRAGT

„Wir reduzieren Komplexität“

Rainer Plum, Vorstandsmitglied der Reformhaus Genossenschaft sieht die Stärke der Reformhäuser in der Beratung und erklärt, warum er eine Kooperation mit Supermärkten selten für erfolgversprechend hält.

Klassische Produkte des Reformhaussortiments wie Chiasamen gehören heute zum Standardsortiment im Lebensmittelhandel und Drogeriemarkt. Wie richtet sich das Reformhaus neu aus?

Wir sind heute keine Haupteinkaufsstätte für Bio-Spaghetti oder Bio-Tomaten, sondern Versorger für besondere Ernährungserfordernisse wie basische Ernährung, Lebensmittelunverträglichkeiten oder bei bestimmten Stoffwechselstörungen. Wir haben zudem ein breites Sortiment an Trockenfrüchten, Nüssen oder speziellen Ölen wie Leinöl.

Auch große Vollsortimenter führen Trockenfrüchte oder spezielle Öle. Was kann das Reformhaus, was Lebensmittel nicht können?

Wir gewinnen überall dort dazu, wo wir Spezialist sind. Das ist beispielsweise unsere Beratung. Unsere Stiftung Reformhaus Fachakademie bildet seit über 80 Jahren aus. Leitende Mitarbeiter in den Reformhäusern müssen alle unsere sechswöchige Grundausbildung machen und bauen dann zu Einzelthemen ihr Fachwissen auf.

Wird das von Kunden in Zeiten des Internets überhaupt gefragt?

Das ist richtig - wer heute ins Geschäft kommt, hat sich in der Regel schon im Internet informiert - und da bekommt er meist zu viel Informationen. Wir sind Komplexitätsreduzierer. Kunden suchen jemanden, der ihre Vorauswahl bestätigt, einordnet oder individuelle Verwendungstipps gibt. Der Beratungsbedarf hat sich verändert und wächst.

Der Einzelhandel hat die Frequenz, Sie die Fachkompetenz - wäre eine Kooperation nicht ein Gewinn für beide Seiten?

Es ist nicht einfach Ernährungskompetenz auf die Fläche zu bekommen. Supermarkt und Reformhaus unterscheiden sich grundlegend. Der Lebensmittelhandel hat einen anderen Personalschlüssel als wir und müsste für seine langen Öffnungszeiten bis 22 Uhr immer eine Fachkraft garantieren - das ist nicht trivial.

Künftig werden mehr Menschen auch Gesundheitsprodukte online einkaufen. Ist Beratung vor Ort noch zeitgemäß?

Wir merken, dass mit zunehmender Anonymisierung, der Anteil derer wächst, die ein entschleunigtes Einkaufen mit persönlichem Bezug schätzen.

Dennoch reagieren wir natürlich auf die E-Commerce-Entwicklung. Wir haben im März die Reformhaus Digital GmbH gegründet, und starten Ende des Jahres einen zentralen Online-Shop. Auch E-Commerce soll über Angebote wie Click and Collect den Händlern vor Ort die Kunden zuführen.

Wie ist Ihre Prognose?

Alles was beratungsintensiv ist oder sinnlich erfahrbar sein muss, lässt sich online nicht ideal vertreiben. Deshalb rechnen wir, dass sich unser Online-Anteil mittelfristig nicht auf über 20 Prozent steigern lässt.

kü/lz 19-22

Rainer Plum, Vorstandsmitglied der Reformhaus Genossenschaft



FOTO: UNTERNEHMEN

Almdudler®

Neuer Lokalheld!

Versüßt Gästen den Aufenthalt, ganz ohne Zucker: Almdudler Zuckerfrei in der Original Almdudler Glas-Mehrweg-Formflasche. 100 % Erfrischung. 0 % Zucker.

Neu!

Zuckerfrei